

НОВЫЕ ФОРМЫ СОТРУДНИЧЕСТВА ВУЗОВ С РАБОТОДАТЕЛЯМИ В ПРОЦЕССЕ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДОУСТРОЙСТВА СТУДЕНТОВ

Сегодня как никогда ощущается потребность общества и производства в технических кадрах, способных осуществить инновационное развитие экономики. В этой связи необходим поиск новых организационных форм, способствующих прохождению практики студентами технических вузов и их дальнейшему трудоустройству. Как известно, трудоустройство студентов является одним из главных аккредитационных показателей вуза. В качестве одной из организационных форм организации практики студентов и их дальнейшего трудоустройства стала совместная работа профильных вузов Сибирского Федерального Округа и Межрегионального Объединения Сибирских Электротехнических Предприятий (МОСЭП). Основные цели деятельности объединения – решение региональных и межрегиональных проблем отрасли и поиск направлений ее развития, совершенствование взаимодействия производителей, поставщиков и потребителей электротехнической продукции, а также повышение качества производимой и потребляемой продукции.

Участниками МОСЭП являются профильные вузы и учреждения ДПО, осуществляющие подготовку и повышение квалификации специалистов для электротехнической отрасли: Петербургский энергетический институт повышения квалификации (ПЭИПК НФ), Северская государственная техническая академия (СГА), Сибирский институт повышения квалификации (СИПК), Новосибирский государственный технический университет (НГТУ), Алтайский государственный технический университет (АлГТУ), Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики (СибГУТИ). Помимо представителей системы профессионального образования в состав МОСЭП входит свыше 30-ти производственных, торгующих, монтажных и сервисных предприятий, которые выступают базой практик и возможного трудоустройства выпускников.

В качестве способа, способствующего повышению конкурентоспособности студентов технических вузов и их профессиональной мобильности, МОСЭП разработал и внедрил в практику сотрудничества с вузами г. Новосибирска мастер-класс «Техника успешного трудоустройства». Мастер-классы представляют собой методы активного социально-психологического обучения. Данные занятия проводятся с привлечением специалистов реальных предприятий электротехнического рынка г. Новосибирска, в т.ч. представителей службы персонала данных предприятий, в задачу которых входит рассказать о требованиях, предъявляемых к личности специалистов в данной компании, о корпоративной модели компетенций. Посещая мастер-классы, студенты учатся формулировать личные требования к работе, оценивать свои возможности, осваивают технологию поиска и анализа работы, готовятся к прохождению конкурсных испытаний, отрабатывают навыки поведения на собеседовании, узнают об основных этапах адаптации на рабочем месте и построении профессионального личного плана. Мастер-класс, в большей степени, направлен на повышение психологической готовности выпускников вузов к профессиональной деятельности. Повышение технической компетентности и знакомство с новинками электротехнических предприятий осуществляется в рамках другого проекта МОСЭП «Продукция и инновационные технологии электротехнических предприятий». В нем принимают участие специалисты отрасли и студенты.

А.А. Шырапай, Н.А. Перемитина
Томский государственный педагогический университет

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЗАРАБОТКИ

Человеческий капитал повышает шансы работника на получение не только работы, но и более высокой оплаты за свой труд. Интегральным индикатором экономической эффективности образования принято считать показатель нормы его отдачи, показывающий, на сколько процентов возрастают заработки работников при увеличении продолжительности обучения на один год. В большинстве зрелых рыночных экономик названный показатель

удерживается в диапазоне 8-10%. Можно ли говорить о существовании аналогичного эффекта применительно к российскому рынку труда?

Ретроспективный анализ показывает, что, к концу советского периода отдача от образования находилась на очень низкой отметке и составляла не более 1 – 2%. Но в пореформенный период ситуация резко изменилась. К середине – концу 1990-х гг. отдача от образования в российской экономике достигла 8–10%.

Высокая окупаемость российского высшего образования может оказаться явлением преходящим. До сих пор мы говорили об общем человеческом капитале, который производится в рамках формальной системы образования. Несмотря на некоторые тревожные тенденции можно утверждать, что в российских условиях накопления общих знаний и навыков обеспечивает работникам огромные преимущества, многократно усиливая их позиции на рынке труда.

Образовательный потенциал накладывает заметный отпечаток на формы занятости. Характеристики безработицы также во многом зависят от полученного образования: чем оно лучше, тем короче продолжительность безработицы. Образовательный потенциал выступает в качестве одного из важнейших факторов, определяющих дифференциацию заработной платы. В пореформенный период отдача от высшего образования резко возросла, достигнув уровня, типичного для зрелых рыночных экономик.

Хорошее образование усиливает позиции работников, что особенно важно в условиях резких и непредсказуемых экономических и институциональных сдвигов. Однако, начиная со второй половины 1990-х годов, можно говорить о наметившемся ослаблении взаимосвязей между экономикой и системой образования. Об этом свидетельствует более низкая отдача от высшего образования у молодых когорт, вступивших на рынок труда в последнее десятилетие. Российская система образования тогда может пойти по пути, который описывается в так называемой теории фильтра.

Согласно этой теории, задача системы образования – не только передача учащимся знаний и навыков, сколько проверка их способностей. Опасность подобного механизма отбора в том, что в его рамках рациональное поведение на индивидуальном уровне может приводить к иррациональным последствиям на уровне всего общества. Если высшее образование станет почти всеобщим, сигнал в виде вузовского диплома перестает работать, поскольку утрачивает информационную ценность. Для того, чтобы противодействовать этим потенциально опасным тенденциям, необходима продуманная программа институциональных преобразований как в сфере образования, так и в сфере трудовых отношений.

С.В. Якурнова, И.В. Климентьева

Российский государственный профессионально-педагогический университет

КОМПЛЕКС ЧЕТЫРЕ «Р» МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Маркетинг – это процесс, в ходе которого разрабатываются и предоставляются в распоряжение людей товары и услуги, обеспечивающие определенный уровень жизни. Он затрагивает жизнь каждого из нас и воздействует на нее с помощью комплекса инструментов, так называемых 4 «Р». Рассмотрим каждый элемент комплекса маркетинга в сфере услуг профессионального образования (УПО).

Товар. Его проектирование должно учитывать одновременно четыре большие группы интересов: интересы обучаемых лиц, запросы работодателей, общие задачи данного государства и интересы развития мирового сообщества. Производство услуг профессионального образования во всех отношениях сложное. Так как, это тот редкий вид услуг, который требует очень активного труда и большой внутренней мотивации потребителя услуги (обучаемого лица), для которых качество УПО окончательно проявляется через относительно длительное время. Ошибки товарной политики имеют более тяжелые последствия, чем по обычным товарам, при этом не только для прямых потребителей (обучаемых лиц), но и в целом для общества. Имеет место и усиленный контроль со стороны государства за содержанием УПО, предоставляемых отдельными товаропроизводителями (учебными заведениями).